

Artículo 9. Informe de gestión sobre el impacto de la sociedad

- 9.1 El tercero independiente que elabora el informe de gestión sobre el impacto de la sociedad, a que se refiere el artículo 8, realiza la evaluación utilizando estándares reconocidos internacionalmente para la medición del impacto social o ambiental. Está a cargo de una organización que tiene la finalidad de auditar o certificar empresas con buenas prácticas corporativas, sociales y medioambientales.
- 9.2 El informe de gestión sobre el impacto de la sociedad que se elabore debe:
- Presentarse ante los socios y accionistas conjuntamente con los resultados económicos del ejercicio anterior.
 - Publicarse en el portal web de la sociedad u otro medio electrónico de comunicación similar utilizado por esta.
 - Estar disponible en el domicilio social con la finalidad de que pueda ser consultado por cualquier ciudadano interesado.
- 9.3 La sociedad de beneficio e interés colectivo que, utilizando indebidamente su propósito de beneficio, realice publicidad engañosa u otras prácticas contrarias a las normas de libre competencia y de defensa del consumidor es objeto de sanción por parte del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOP), conforme a las normas de la materia.

Artículo 10. Pérdida de la categoría jurídica societaria

- 10.1 La modificación estatutaria que suprime las disposiciones a las que se refiere el artículo 5 o el incumplimiento de las obligaciones asumidas por aplicación de la presente ley, generan la pérdida de la categoría jurídica societaria de sociedad de beneficio e interés colectivo (sociedad BIC) y su retorno a las disposiciones que le resultan de aplicación, según lo dispuesto por la Ley 26887, Ley General de Sociedades. También se pierde esta categoría jurídica societaria en los casos en que el INDECOP lo determine al sancionar, mediante resolución firme, infracciones a las normas de la libre competencia y defensa del consumidor.
- 10.2 La pérdida de la categoría jurídica societaria de sociedad de beneficio e interés colectivo (sociedad BIC) no afecta, en ningún caso, el tipo societario que haya adoptado originalmente de acuerdo a la Ley 26887, Ley General de Sociedades.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES**Primera. Medidas correctivas**

Facúltase al INDECOP a dictar la medida correctiva de pérdida de la categoría jurídica societaria por infracciones a las normas de libre competencia y defensa del consumidor, conforme a la ley de la materia, la misma que será comunicada a la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp) para los fines correspondientes.

Segunda. Aplicación supletoria de la ley

En todo aquello no previsto por la presente ley, las sociedades de beneficio e interés colectivo se regirán por las disposiciones de la Ley 26887, Ley General de Sociedades.

Tercera. Directivas de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp)

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp) emitirá las directivas necesarias para la inscripción de las sociedades BIC en el plazo de noventa (90) días calendario, a partir de la vigencia de la presente ley.

Cuarta. Régimen tributario

Las personas jurídicas que opten y se constituyan como sociedades de beneficio e interés colectivo se rigen por el régimen tributario que les corresponda, conforme a la ley de la materia. La presente ley no genera beneficio tributario adicional alguno.

Quinta. Reglamento

El Poder Ejecutivo reglamenta la presente ley en un plazo de noventa (90) días calendario, a partir de la vigencia de la presente ley.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dos días del mes de noviembre de dos mil veinte.

MANUEL MERINO DE LAMA
Presidente del Congreso de la República

LUIS ALBERTO VALDEZ FARÍAS
Primer Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintitrés días del mes de noviembre del año dos mil veinte.

FRANCISCO RAFAEL SAGASTI HOCHHAUSLER
Presidente de la República

VIOLETA BERMÚDEZ VALDIVIA
Presidenta del Consejo de Ministros

1905747-1

LEY N° 31073

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

LEY QUE MODIFICA LA LEY 29676, LEY DE PROMOCIÓN DEL DESARROLLO DE LOS MERCADOS DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS, PARA INCORPORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS MERCADOS ITINERANTES

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto modificar la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios, para establecer las disposiciones aplicables al funcionamiento y desarrollo de los mercados de productores agropecuarios e incorporar las disposiciones correspondientes a la promoción, desarrollo e implementación de los mercados temporales denominados mercados itinerantes.



Artículo 2. Modificación del título de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios

Modifícase el título de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios, con el siguiente texto:

“LEY DE PROMOCIÓN DEL DESARROLLO DE LOS MERCADOS DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y MERCADOS ITINERANTES”

Artículo 3. Modificación de los artículos 2, 6 y 7 de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios

Modifícanse los artículos 2, 6 y 7 de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios, en los siguientes términos:

“Artículo 2.- Mercados de productores agropecuarios

[...]

Los productores deben estar empadronados por la Dirección Regional de Agricultura a través de sus agencias y sedes agrarias o por la autoridad competente que corresponda, quienes emiten la certificación de productor para participar en los mercados de productores agropecuarios. El padrón de productores agropecuarios actualizado es remitido trimestralmente a los gobiernos locales. Los productos que se comercializan en estos mercados deben ser de origen agrario, pecuario, agroindustrial, avícola, apícola, acuícola o artesanal.

Los mercados de productores agropecuarios son de duración indefinida, se realizan una vez a la semana y pueden realizarse en espacios físicos determinados. Cuando este se realice en un espacio físico determinado, debe estar autorizado por la autoridad competente. El espacio físico puede ser un bien de dominio público o un bien de dominio privado.

La participación de los productores, certificados como tales, es según su nivel de asociatividad.

Artículo 6.- Requisitos para la emisión de la autorización de funcionamiento

Los mercados de productores agropecuarios contarán con una licencia de funcionamiento cumpliendo los requisitos señalados en la Ley 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, y sus modificatorias.

Los gobiernos locales se encargan de extender las autorizaciones respectivas, conforme a los requisitos establecidos en su TUPA para el funcionamiento de los mercados itinerantes, solicitados en el marco de la presente ley.

Cuando la implementación de los mercados itinerantes se lleve a cabo por el Ministerio de Agricultura y Riego, este coordinará con los gobiernos locales que se cumplan las condiciones de seguridad respectivas para los productores y consumidores.

Artículo 7.- Promoción para el desarrollo de los mercados de productores agropecuarios

El Ministerio de Agricultura y Riego, los gobiernos regionales o gobiernos locales deben promover diferentes mecanismos de asociatividad entre los productores que participan en los mercados de productores agropecuarios, a fin de articularlos a los mercados de consumo, así como apoyar el funcionamiento de las cadenas productivas.

Los tres niveles de gobierno promueven prioritariamente la participación de productores de la agricultura familiar en los mercados de productores agropecuarios, en concordancia con la

Ley 30355, Ley de Promoción y Desarrollo de la Agricultura Familiar.

Los gobiernos regionales o gobiernos locales implementan programas destinados a la creación de infraestructura de mercados de productores agropecuarios con saneamiento y servicios básicos, para ser concesionados a las organizaciones de los productores de los mercados agropecuarios, con el fin de garantizar la seguridad alimentaria de las regiones”.

Artículo 4. Incorporación del segundo párrafo al artículo 1 de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios

Incorpórase el segundo párrafo al artículo 1 de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios, con el siguiente texto:

“Artículo 1. Objeto de la Ley

[...]

Asimismo, establece el marco legal para que se promuevan, desarrollen e implementen los mercados itinerantes, en los casos señalados en el artículo 137 de la Constitución Política del Perú u otras circunstancias de peligro o emergencia o cuando sean solicitados por pequeños productores y agricultores familiares para beneficiarlos con la venta directa de sus productos”.

Artículo 5. Incorporación del artículo 2-A a la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios

Incorpórase el artículo 2-A a la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios, con el siguiente texto:

“Artículo 2-A. Mercados itinerantes

2-A.1. Los mercados itinerantes se constituyen en espacios físicos o móviles de venta directa y sin intermediarios de productos agropecuarios del campo a los consumidores finales de las zonas urbanas y urbano-rurales. Tienen la característica de ser temporales.

2-A.2. En los casos de declaratoria de estado de emergencia nacional, en caso de perturbación de la paz o del orden interno, de catástrofe o de graves circunstancias que afecten la vida de la Nación, contemplados en el artículo 137 de la Constitución Política del Perú, el Ministerio de Agricultura y Riego, en coordinación con los gobiernos regionales, los gobiernos locales, las organizaciones de pequeños productores y agricultores familiares, promueven la implementación y el funcionamiento de los mercados itinerantes.

2-A.3. Las organizaciones de pequeños productores y agricultores familiares, agrupados según su nivel de asociatividad, podrán solicitar que se implemente un mercado itinerante, en circunstancias distintas a las señaladas en el párrafo anterior, a fin de permitir la venta directa de productos. Estos son provisionales y una vez concluidos son desactivados.

2-A.4. En la implementación de los mercados itinerantes se garantizan la salubridad de los alimentos y las medidas de seguridad para su distribución y comercialización”.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera. Autorizaciones, acciones y demás mecanismos vinculados al desarrollo de los mercados itinerantes

En mérito a las modificaciones propuestas en la presente ley, el Poder Ejecutivo, a través de los

instrumentos legales que correspondan y en coordinación con los sectores pertinentes, regula las autorizaciones, acciones y demás mecanismos vinculados al desarrollo de los mercados itinerantes.

Segunda. Reglamentación

En un plazo no mayor de 30 días hábiles, posteriores a la vigencia de la presente ley, el Poder Ejecutivo cumple con adecuar el reglamento de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios, aprobado por el Decreto Supremo 008-2020-MINAGRI.

Tercera. Informe al Congreso de la República

El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Agricultura y Riego, informa al inicio de cada legislatura a la Comisión Agraria, el número de mercados implementados por la entidad, bajo el alcance de la Ley 29676, Ley de Promoción del Desarrollo de los Mercados de Productores Agropecuarios, y sus modificatorias; así como la participación de los productores de la agricultura familiar.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

Única. Mercados itinerantes actualmente implementados

Los mercados itinerantes implementados a la fecha de vigencia de la presente ley adecúan su funcionamiento a las disposiciones establecidas en esta ley.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dos días del mes de noviembre de dos mil veinte.

MANUEL MERINO DE LAMA
Presidente del Congreso de la República

LUIS ALBERTO VALDEZ FARÍAS
Primer Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintitrés días del mes de noviembre del año dos mil veinte.

FRANCISCO RAFAEL SAGASTI HOCHHAUSLER
Presidente de la República

VIOLETA BERMÚDEZ VALDIVIA
Presidenta del Consejo de Ministros

1905747-2

LEY Nº 31074

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

LEY QUE PROMUEVE LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA DIGITAL MERCADO VIRTUAL DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente norma tiene por objeto promover la

creación e implementación de una plataforma digital llamada Mercado Virtual de Productos Agropecuarios, en el que los productores agropecuarios y, prioritariamente, productores de la agricultura familiar puedan participar ofreciendo y comercializando sus productos agropecuarios a fin de que estos puedan llegar a los compradores usando la tecnología de manera eficiente y efectiva.

Artículo 2. Ente encargado de la implementación de la plataforma digital

El Ministerio de Agricultura y Riego, en el marco de sus competencias de promoción de la producción agraria y de la organización de los productores agrarios, y a través de su unidad orgánica de tecnología de la información, es el ente encargado de la creación e implementación de la plataforma digital Mercado Virtual de Productos Agropecuarios.

Artículo 3. Zonas de oferta de los productos agropecuarios

Los productores agropecuarios y los productores de la agricultura familiar ofrecen sus productos en el Mercado Virtual de Productos Agropecuarios desde las diferentes zonas del país donde se encuentren. Estos productos son cotizados, comercializados y adquiridos con el valor que corresponda en el mercado nacional.

Artículo 4. Orientación y capacitación para el acceso a la plataforma digital

El Ministerio de Agricultura y Riego coordina con los gobiernos regionales y gobiernos locales la implementación de mecanismos de orientación y capacitación para que los productores agropecuarios y productores de la agricultura familiar accedan de manera ágil y efectiva a la plataforma digital llamada Mercado Virtual de Productos Agropecuarios.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

Única. Reglamentación

El Poder Ejecutivo reglamenta la presente ley en el plazo de treinta (30) días hábiles, contados a partir de su vigencia.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dos días del mes de noviembre de dos mil veinte.

MANUEL MERINO DE LAMA
Presidente del Congreso de la República

LUIS ALBERTO VALDEZ FARÍAS
Primer Vicepresidente del
Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintitrés días del mes de noviembre del año dos mil veinte.

FRANCISCO RAFAEL SAGASTI HOCHHAUSLER
Presidente de la República

VIOLETA BERMÚDEZ VALDIVIA
Presidenta del Consejo de Ministros

1905747-3